# 中秋节酒店策划方案(模板11篇)

作者：静水流深 更新时间：2024-03-31

*方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。中秋节酒店策划方案篇一20xx年xx月xx日——xx月xx日xx大酒店金*

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**中秋节酒店策划方案篇一**

20xx年xx月xx日——xx月xx日

xx大酒店

金秋重阳花似锦，健康养生知遇父母恩重阳节在我国是国家指定的“老人节”，“岁岁重阳，今又重阳”，既指节日，又可寓意老年，所以活动的主题应当体现出对老年人的关注点，也就是宣传的诉求点健康养生，同时结合重阳节传统的习俗，所以活动的主题异常体现“老人”“金秋”、“菊花”和“健康养生”，树立起xxxx大饭店是一个既能让顾客享受尊贵美食又注意顾客健康养生的一个具有高度社会职责感的企业。

1、宣扬中华民族尊老敬老的优良传统美德；

3、经过酒店活动的举办，让更多的人亲身感受到xx大酒店健康的美食。

1、健康养生讲座：九九重阳节是我国的老人节，关注老人，关注健康已经成为一个社会主题。主办健康养生讲座，结合酒店的健康养生美食，现场邀请健康专家讲授，宣扬尊老敬老的优良传统美德，同时推介酒店美食养生理念，树立企业健康形象；讲座后举行通宝健康午宴活动，菜单重点推出适合老年人、妇女、小孩的菜谱，自由上台表达对亲人的祝福，也可现场点歌；活动现场整体拍摄，制作光碟赠送客人；同时设简单舞台和音响，配备主持人，演唱《九九重阳》（原唱：杭天琪刘欢），代表酒店给客人送上重阳的祝福；现场献歌《最美可是夕阳红》；同时可让客人自由上台表达对亲人的祝福；活动现场整体拍摄，制作光碟赠送客人。

2、组织员工到敬老院看望孤寡老人，帮敬老院打扫卫生、陪老人聊天、给老人表演节目同时邀请运城电视台等新闻媒体予以播报。

4、优惠当日，康乐项目半价；重阳节推出适合老年人口味的菜收集整理点，时逢秋季养生的好时机，酒店推出了养生佳品，及各色重阳套餐。重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。当天过生日的宾客凭本人有效证件可获赠长寿面一份。推出重阳节特价房，凭老年证住房xx元标间夜（以住满为限），客房均赠送果盘）一份。金婚夫妇持结婚证等有效证明文件可获赠送蜜月套房一间一晚，限10对夫妇。

1、为配合重阳节的气氛，在正门外摆放大型菊花花坛，并在门外的两棵立柱之间悬挂“菊品为尚，情浓重阳xx餐厅赏菊会”的主题横幅。

2、在正门入口处堆放九层的大型“重阳糕”，配放小装饰“灯”，取“步步登高”之意。

3、餐厅内张贴重阳节主题吊旗。

4、在各楼层显着位置摆放不一样品种的名贵菊花，供人赏闻。

**中秋节酒店策划方案篇二**

美满良缘由天赐满意婚宴在xx

充分发挥饭店自身优势以及超前创新的活动安排,通过一系列的宣传策划,利用x月的黄金季节组织富有实效的.“办婚宴，到xx??”为主题的营销活动,使xx饭店真正成为新人婚宴的理想殿堂。

xxxx年xx月至xxxx年xx月

1、满十席以上免费提供婚庆音响设施。

2、满十席以上免费提供大堂迎宾牌两块。

3、满十席以上免费提供创意绢花拱门一道

4、满十席以上免费提供大堂外喜庆横幅一条。

5、满十五席以上免费提供宴会大厅喜庆背景喷绘(含新人姓名)。

6、满十五席以上免费提供豪华婚房一间/夜(含次日精美双早)。

7、满十五席以上免费提供主桌精美台花(鲜花)一份。

8、预定婚宴688元/席以上(含688元/席)达十席之多者婚宴当天将可获赠多层婚庆蛋糕一份。

1、百年好合宴688/桌(10人)

2、金玉良缘宴788/桌(10人)

3、珠联璧合宴888/桌(10人)

**中秋节酒店策划方案篇三**

目的：不仅仅能够让消费者花少钱吃百样菜，还能够使消费者明白餐厅的特色。促进该餐厅的消费（增加人气），获得更多的剩余价值（利润）。

要求：要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等

2、打折消费：

3、赠送优惠券：凡消费满100元以上的消费者均能获得优惠券。

4、免费赠送饭菜：凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。

**中秋节酒店策划方案篇四**

优势该店处于西安市阎良地区航空高新技术产业区，境内目标群体收入高，消费能力强。经营的川菜是大众化菜系，消费者接受面广，并有试飞员等部分稳定的`客源支撑。位置处于经济开发区，对今后的发展非常有利。

劣势周边居住人群较少，人气不足。该店前任老板经营管理较差，在当地口碑较差，后成为烂尾楼，现要盘活该楼，难度较高。该区除了跟飞人员及其他航空技术人员以外，其余流动人员相对较少。该区餐馆较多，市场小，竞争激烈。

重新树立酒店知名度，提升人气，稳定收入，立足于本土，打造当地一流酒店形象。

当地中高收入人群，各企事业单位，机关团体，婚寿宴群体。

提前向目标消费群发布开业活动信息及具体活动内容；关注并运用当地社会热点，吸引消费群体。

通过媒体（报纸、电视、电台、中国移动）发布一些软新闻、硬广告，同时用宣传车、dm单、横幅等进行宣传。

时间安排

8月5日—8月10日，确定开业庆典及开业前后宣传方案。

8月11日—8月20日，制定并印刷宣传资料、优惠卡，确定各种宣传用品。

开业时间：

庆典地点：中非酒店大门口

宣传范围：目标消费者

第一阶段

导入期（18天）8月11日—8月29日

x天，下方是优惠活动小字内容如下：

方案一：狂折到底

第一天：菜品5、8折（酒水不享受优惠）

第二天：菜品6折

第三天：菜品6、8折

第四天：菜品7、8折

第五天：菜品8折

第六天：菜品8、5折

第七天：菜品8、8折

方案二：天天特价

第一天：桂鱼1元1条（每桌限一条）

第二天：鲈鱼1元1条（每桌限一条）

第三天：基尾虾1元1斤（每桌限一斤）

第四天：甲鱼1元1只（每桌限一只）

第五天：鲢鱼1元1条（每桌限一条）

第六天：x红酒1毛钱1瓶（每桌限1瓶）

第七天：x啤酒1毛钱1瓶（每桌限10瓶）

在附楼上悬挂以下条幅标语进行宣传：“无线pda掌上电脑点菜·阎良首家”，“美味川菜风·飘香航空城”，“在中非·踏上红地毯之约”，“千帆竞发航空城·万冠云集新中非”，“婚寿宴基地·尽在中非酒店”，“酷客川菜·你家门口的成都地道美食·想吃就吃”。

采取主动出击：宣传资料印好之后由营销人员上门推销，介绍酒店特色、环境、服务等，采取电话推销和发传真告知等形式，以争取让这些企业将“宴席”订在中非酒店举办。

邀请地方名流、政府要员、各企事业单位主要负责人参加开业典礼，并向他们发放邀请函。邀请事项分组、分人进行，采取谁邀请谁负责全程接待的原则。

**中秋节酒店策划方案篇五**

酒店活动策划第一章端午节，又称端阳节、午日节、五一节、初五节、艾节、端午日、重午日、午日、夏日。端午节是中国汉族人的传统节日。这一天必不可少的活动逐渐演变成吃粽子、赛龙舟、挂菖蒲和艾叶、抽苍术和白芷、喝雄黄酒。为纪念屈原将“中国端午节”定为国家法定假日之一。而且是小长假，很多亲戚都会选择在酒店吃饭。所以直接的影响就是加快酒店的业务，聪明的商家当然不会错过这么好的机会。酒店对端午节的精彩宣传吸引了消费者，提高了商家的利益。酒店如何搞促销活动？以下是某酒店的促销方案。

餐厅自5月18日起推出三款具有健康特色的新奇粽子(价格待定):(福宗)

(1)绿茶咸肉饺子:清咽利气，滋养肌肤。

(2)碱水红豆酱:清凉解暑，消食健胃。

(3)薏米香菇饺子:清热解毒，祛风开窍。

餐厅计划同时大力推出一系列健康特色菜，以明显的健身效果作为卖点向食客推广。

餐厅计划结合传统习俗，开展“端午节品尝香饺、祛病保健”活动。

餐厅在门口有一个展台，宣传和出售制作精美的粽子和艾草蛋糕。

2.用香包和艾草适当装饰餐厅正面，用各种颜色的气球装饰地板。

3.制作精美的传单和海报进行分发和张贴，以扩大影响力，引导客人消费。

1.传单(由艺术家制作，16号前完成)。

2.报纸广告(市场部分别负责5月底和6月初《南山日报》和《晚报》的广告)。

3.海报制作(美工负责设计，制作彩色喷绘，用kt板放在大堂柱前，16号前完成)。

1.中餐营销主要负责宣传单的发放，其他部门配合。

2.中餐服务台负责个人预订。

3.酒店市场部负责定期客户和协议客户的预订

4.郑经理全面负责推广和预订工作。

**中秋节酒店策划方案篇六**

我酒店经营中存在的问题

(1)目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。

总体看来我市酒店业淡季经营状况普遍不好，主要原因是酒店过多，供大于求，而且经营方式雷同，表面看虽有自己的特色但抓不住顾客的消费心理，另外酒店服务质量存在一定问题，网络上评价都是评价硬件好，对软件服务好的评价几乎没有，从这方面我们应该反思我们的问题。我酒店在经营中也存在一些问题，我们应当反思目标市场的定位。应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场。我酒店目标市场定位不合理，这是导致效益不佳主要原因。餐饮以经营粤菜为主，价格相对较高，客户一般抱着尝尝的心态，回头客较少。

(2)广告宣传力度不够，市场知名度较小。

酒店除在开业时做过短期的电视宣传外再没有做过其他广告，这导致我酒店的知名度很低。

周围环境分析

尽管我区的整体消费水平不高，但我酒店的位置有特色，我酒店位于金牛山大街，其位置优越，交通极为方便，附近紧邻滨海大道，西市产业园，站前产业园，沿海产业基地，营口市高科技园区，西炮台风景区，所有过往车辆很多，商务散客是一个潜在的消费群。

竞争对手分析

我酒店淡季最大竞争对手是位于酒店东面万都大酒店，万都酒店开业至今快接近20年，是一家集住宿、餐饮、休闲、娱乐为一体的涉外四星级酒店，总体上看他们的经营情况是不错，但设施和装修比较陈旧，而我酒店的设施和装修崭新、时尚，客房具有自己的特色，酒店周围其他的酒店都是一些小型商务酒店在经营能力上不具备与我们竞争的实力。

我店优势分析

我酒店交通便利，良好的硬件为我们的调整和发展提供了广阔的空间。

目标市场即最有希望的消费者组合群体。目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针对性。没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”

使得竞争对手无法争夺这部分市场份额，同时还能保持饭店员工队伍的稳定。因此，融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1、从现有顾客中获取更多顾客份额。忠诚的顾客愿意更多地购买酒店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长、经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长。

2、减少销售成本。酒店吸引新顾客需要大量的费用，如各种广告投入、促销费用以及了解顾客的时间成本等等，但维持与现有顾客长期关系的成本却逐年递减。虽然在建立关系的早期，顾客可能会对酒店提供的产品或服务有较多问题，需要酒店进行一定的投入，但随着双方关系的进展，顾客对酒店的产品或服务越来越熟悉，酒店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了。

3、赢得口碑宣传。对于酒店提供的某些较为复杂的产品或服务，新顾客在作决策时会感觉有较大的风险，这时他们往往会咨询酒店的现有顾客。而具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效。这样，酒店既节省了吸引新顾客的销售成本，又增加了销售收入，从而酒店利润又有了提高。

价值的实现，而员工满意度的提高导致酒店服务质量的提高，使顾客满意度进一步提升，形成一个良性循环。

根据我们前面的分析结合当前市场状况我们应该把主要目标顾客定位于周边企事业单位、政府机关、汽车4s店，商务散客在次基础上再吸引一些中高收入的消费群体。他们有如下的共性：

收入水平或消费能力较高，讲究服务上乘，到酒店消费一般是商务宴请接待客户。

具有高消费能力但对酒店各方面要求高。

关注酒店档次，需要酒店对其vip接待服务。

进行立体化宣传，突出本酒店的特性，让消费者从感性上对酒店有一个认识。让消费者认识到我们提供给他的是一个让他有能力享受生活的地方。可以在报章上针对酒店的环境，所处的位置，吸引消费者的光顾。让顾客从心理上获得一种“尊贵”的满足。

采用强势广告，如报纸，以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而吸引大量的消费者注意，建立知名度。

(一)销售方法的策略：

规定销售区域和范围。市场部经理配合销售人员规定销售的区域和范围，一包干的方式，积极引导销售人员拓展销售面，销售区域和范围的分配要根据常客消费潜力，客户的地理位置和类别加以分配。

规定销售指标，市场部经理根据酒店的销售目标和政策制定销售目

标。销售指标分为数量指标和质量指标。数量指标有

销售数量，如客房销售的天数，销售额、平均房价、销售收入等。

销售次数，每天或每月应进行的销售访问次数。

销售费用的指标与控制，每月销售人员所涉及的销售费用，如销售和招待费用。

由于销售人员分管的客户需求潜力不同，在规定销售人员达到销售数量时，要确定销售的质量标准，质量标准有销售人员的产品和销售知识、销售访问的效果，销售人员的工作态度，工作能力和以及与客户关系等。

市场部根据酒店客户的地理位置和类别综合考虑，积极挖掘酒店产品的潜力，增加产品的吸引力，吸引宾客消费，招来生意。

公务客人：针对公务客人的特殊服务，如免费在客人房间供应免费水果一份，免费提供欢迎饮料。

会议客户：如在会议期间提供点心咖啡

家庭客户：如单人间供全家住宿，小孩与父母同住在客人需求下可免收加床费，餐厅提供儿童套餐。

(二)广告策略

**中秋节酒店策划方案篇七**

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年元月1日

中、西餐厅及客房

相约20xx，相聚xx

(一)西餐：

1、凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张(自行制作)。

2、元旦当日一次性消费满300元的\'客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满600元的客户，可获赠优惠房券(凭此优惠券可获门市价6折优惠)一张。

(二)中餐：

1、凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠纪念卡一张。

2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满500元可获赠西餐早餐券一张。

3、包房一次性消费满1000元，获赠面值100元现金券(此现金券可在本酒店任营业区消费)一张。

4、元旦当日一次性消费满xx元，即赠送贵宾卡一张。

5、元旦当日在中餐一次性消费满3000元，赠送标准客房一间一晚。

6、元旦当日在中餐一次性消费满1xx元，可获赠2014年xx门票一张。

(三)客房：

1、凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠纪念卡一张。

2、元旦当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

3、元旦当晚一次性开房满8间者，送2014年xx门票一张。

1、广告宣传：

(1)pop广告牌三块：大堂一块，中餐入口一块，西餐入口一块。布标一条，放置酒店大门。内容为：相约2014，相聚xx!

(2)设计制作彩色宣传单1000张(具体内容样板另附)。

(3)设计制作西餐早餐券(西餐自带有早餐券)。

(4)设计制作赠房券。

(5)设计制作现金券。

2、口碑宣传：销售部及营业部，以销售部为主，各营业部为辅。

3、短信宣传：销售部及营业部各部门经理利用手机短信形式向客户发送此次活动信息，以达到宣传，吸引客户消费的作用。

1、酒店外围：

(1)大门正对面绿色植物区，制作2014年倒计时。

(2)酒店大门及西餐侧门吊大红灯笼，以衬托节日气氛。

(3)酒店大门正对面，制作“元旦快乐”装饰。

2、大堂：酒店大堂摆放三个“x”展架(整个活动内容)

1、总指挥：x总

2、总执行及总协调：x副总

3、布场(20xx年xx月xx日完成)：市场营销部，各部门配合。

4、策划宣传(20xx年xx月xx日前完成)：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购(20xx年xx月xx日前完成)：财务部负责关于本次活动的物品采购，美工跟进。

注：门票需财务部跟进落实，确保当日能顺利把门票送到客人手中。

**中秋节酒店策划方案篇八**

二、负责部门:营销部，餐饮部

举行日期:7月20日至8月5日

四、活动目的:

1.经过夏季美食节这次活动，进一步宣传西苑，扩大知名度。

2.营造夏季清凉畅快的饮食文化，拉动夏季酒店的餐饮消费。

3.进一步挖掘潜在客户，增加客源。

五、具体资料

(一)美食节筹备:

1.采购菜肴原料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施。

2.经过报纸媒体、传单、横幅、信息群发等传递此次美食节的信息，引起消费者的关注。

(二)美食节资料:

1.举办品牌菜肴形象展示。设固定的展区，展示夏日特色菜品进行菜肴的实物艺术形态。

2.服务人员的服装贴合本次活动的.主题，仪表姿态也应进行必须的要求。

在就餐环境的气氛营造上，需要富有创意和文化内涵的业内人士来策划本次美食节整体环境的布置，基于西苑饭店的院落式布局，可在室外进行布置。消费者在一种良好的氛围下就餐，心境和食欲自然不一样。

(三)活动促销:

1.以“夏日好乘凉，开怀享美食”为活动主题，开展啤酒买二增一活动，夏季啤酒的消费量会很大，成为酒店酒水消费的主力，经过开展买赠活动，吸引更多消费者。

2.每日推出三到五款特色菜品，扩大特色菜品的理解度，并从中进一步筛选，一便更为消费者理解。

3.现场活动派发神秘礼品，多重惊喜，意外收获。

(四)宣传策划:

1.印制美食节广告彩页随京华时报、新京报附送。

2.夏季美食节宣传户外幕布，活动主题海报，电梯间宣传海报，活动主题台卡、大堂放置美食节宣传广告牌。

3.信息群发，消息散播

(五)费用预算:

1.媒体广告宣传费用1000+宣传单印刷夹报+信息群发2000=5000元。

2.赠送礼品费用:按每一天100元计算，合计，100x8=800元。

3.装饰费用:横副+金布+彩旗+气球等(15天)+杂费=5000元。

**中秋节酒店策划方案篇九**

本酒楼的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒楼在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折（建议使用这种办法）或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、中秋节的套餐（下面有说明）的价格不要偏高，人均消费控制在20xx30元。

4、其他的酒水价格和其它服务的.价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到（但要针对酒店的纯利润来制定）。

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼（价格不需要太高）。

2、如果一家人里有一个人的生日是8月15日，可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受5xx6折（根据酒楼的实际决定）的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是815（成都地区以内），可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受5xx6折（根据酒店的实际决定）的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。是酒店直接联系一下这些人。

4、由于本酒楼暂时住宿服务，可和其他的以住宿为主的大型宾馆联合行动，相互介绍客户，这样可以增加客户群，减少一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

5、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物（上面要印上酒楼的名称、电话、地址、网址）。

6、活动的时间定于农历8月10日xx20日。

1、在酒店的门口附近、火车站、汽车站放置户外广告（户外广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式）。

2、电视、街道横幅和报纸广告相结合。

3、可以尝试一下手机短信广告，群发的重点是原来饭店的老顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的最新活动。

4、xx网站（）xx上（）做个弹除框广告或者比较大的flash动画广告或者是banner。网页动画和图片的处理必须要和营销的内容相符合。

5、也可采用传单广告，但传单的质量必须要高。

注意：以上的广告可同时选择几种，推广的重点在市区，也可向周边的县市推广。广告的受众最低要保证15万人。

保安必须要保证酒店的安全；对服务员和相关的工作人员采指定一些激励政策，调动她们工作的积极性（以后可以细化这个内容）；在大厅里放一些品位高的音乐；上菜的速度必须要快；大厅的布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

如果推广和相关的服务到位，收入最少是平时收入的1。5倍以上。

1、在服务大厅配备电脑，随时保存一些重点顾客的资料。

2、在争取顾客同意的条件下，把顾客的信息输入数据库（关键是顾客的名字和手机号码），为以后的推广服务（以后可以细化这个内容）。

3、尽快做好酒楼的网站，网站必须要由专业的人士制作，域名既要简单有要好记，网页的设计上要体现出酒楼的特色，颜色以暖色调为主，主页要一个大的flash动画，还要有新闻发布系统、网上营销系统、顾客留言板、客户论坛、员工娱乐等方面的内容。通过网络营销（的优势是受众范围大，花费少）增强酒楼的知名度。

农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。八月十五恰在秋季的中间，故谓之中秋节。我国古历法把处在秋季中间的八月，称谓“仲秋”，所以中秋节又叫“仲秋节”。中秋节将要来临，结合本酒店的实际情况和中国传统的民族方俗，为了更好的开展酒店销售服务工作，达到经济效益与社会效益双丰收，特制定此方案。

**中秋节酒店策划方案篇十**

目的；不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者知道餐厅的特色。促进该餐厅的消费（增多人气），获得更多的剩余价值（利润）。

要求；要让消费者耳目一新。美其名曰\"享受\"也。

活动形式；

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等

2、折扣消费；

3、赠送优惠券；凡消费满100元以上的\'消费者均能获得优惠券。

4、免费赠送饭菜；凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。

促销活动方案三――中秋佳节――对酒当歌赏月

念人生之多少良辰美景莫过于此

地址；饭店、酒店、餐饮临街崆地建行门前

场地布置；搭建一个临时舞台背景布幔一个进口音响一套舞台地板上小灯笼16盏其他背景灯光。

活动创意；

1、现场猜谜活动；在活动现场悬挂有谜语的五彩灯（红灯）笼。凡中者皆能获得10元的消费优惠券。塑造中秋的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化内函。专设一个谜底台。

2、演艺活动策划；

（1）有奖征答问题；关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题

（2）载歌载舞；觅歌舞团演出，另外，主持1―2名。

（3）穿插少许让观众参加的；邀请台下一起参加，凡唱的歌都带有\"月\"字或是咏\"秋\"的最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重腹，唱出最多首和唱功最妙者，均有奖励（100元或50元消费券）。

（4）拉啤酒商做冠名赞助，从而减少费用的开支，进而促进利润的增多。

（5）饭店、酒店、餐饮特质月饼大派送；由老板、职工及嘉宾共同举行切饼仪式，统一送至顾客手中。

**中秋节酒店策划方案篇十一**

12月24日（星期xx）是圣诞节，根据往年经验，下周起将进入圣诞大餐的预订高峰。由于物价上涨，为了控制成本，相较于往年的打折优惠，尚海派主题餐厅今年的促销活动主要以赠送礼品、精彩的表演以及提供更贴心服务来吸引消费者。为了促销活动的顺利进行，现对于圣诞节活动的筹备、操作及成本的控制，做出如下方案：

1、尚海派主题餐厅节日特色的装饰，营造圣诞节喜庆的节日气氛，为消费者提供一个节庆消费的环境。

2、主打“低价格、高品质”的\'促销模式，再加以节日礼品赠送，更好地吸引消费者的目光；并积极利用有效的促销活动宣传，引起广大消费者对尚海派主题餐厅的关注，以达到提升直营店销售业绩，巩固顾客忠诚度，开拓新客源等目的。

3、安排小提琴演奏等表演服务，烘托温馨浪漫气氛，提升消费档次，加深消费者的体验印象。

4、活动目的：通过圣诞节的策划活动，扩大尚海派主题餐厅的知名度，加强与商务客户的感情联系，引导周边地区居民的餐饮消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

尚海派主题餐厅延安路店

尚海派主题餐厅延安路店

地址：上海市长宁区xx（xx酒店二楼）

电话：xx

12月24日（星期xx）晚上18。30—20。30

品尝爱情的味道，聆听浪漫的声音。

尚海派圣诞浪漫大餐

588元，2人用

菜单：

北海道金枪鱼芒果色拉

金必多南瓜鱼翅盅

照烧澳洲和牛

法式焗小青龙配番茄柠檬

法式焗小青龙配番茄柠檬汁

拉提米苏

精美水果拼盘

赠送皇轩精装干红一瓶

晚上18：30—20：30提供小提琴演奏

注：本活动不可与其他优惠同时享用活动最终解释权归本店所有。

广告宣传

1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。

2、制作圣节日促销宣传海报、x展架在店面促销宣传。（12月15日前贴出去，提前宣传）

3、制作宣传单张，12月15日前开始在店面周围进行派单宣传。（公司提供统一的促销宣传单张和海报等）

4、横幅宣传，在12月10日前制作好促销横幅，挂在店面进行宣传。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com